Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

RS OGH 1989/5/9 4Ob24/89 (4Ob25/89)

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 09.05.1989

Norm

UWG §2 D11

Rechtssatz

Wenn auch die Höhe der Auflage als solche ein wichtiges Indiz für die Bedeutung einer Zeitung oder Zeitschrift sowohl auf dem Lesermarkt als auch auf dem Anzeigenmarkt sein mag, so ist doch für den Anzeigekunden und für die werbungtreibende Wirtschaft das wesentlichste Entscheidungskriterium für die Belegung eines Werbeträgers mit Anzeigen dessen Leserzahl; im allgemeinen ist "Leser" nur derjenige, der eine Zeitung oder Zeitschrift gelesen oder durchgeblättert und damit die Chance gehabt hat, mit der in ihr enthaltenen Werbung in Kontakt zu kommen. Die Leserschaft von Zeitungen oder Zeitschriften kann aber innerhalb einer relevanten Grundgesamtheit nur durch eine Reichweitenuntersuchung, die auch als "Leser-Analyse" ("Media-Analyse") bezeichnet wird, festgestellt werden; eine Werbung, die sich auf Leser bezieht, ist daher nur auf Grund einer Reichweitenuntersuchung (Leser-Analyse) zulässig.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 24/89
  Entscheidungstext OGH 09.05.1989 4 Ob 24/89

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1989:RS0078951

Dokumentnummer

JJR_19890509_OGH0002_0040OB00024_8900000_001

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, http://www.ogh.gv.at

© 2025 JUSLINE
JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.
www.jusline.at